

Мобильные приложения как направление цифрового маркетинга: аннотация к дипломной работе / Козловская Екатерина Андреевна; Факультет философии и социальных наук; Кафедра социальной коммуникации; научный руководитель: Терещенко Ольга Викентовна

Объектом данной работы являются мобильные приложения, предметом – мобильные приложения как направление цифрового маркетинга. Цель данной работы – изучить возможности продвижения с использованием мобильных приложений как направление цифрового маркетинга. Актуальность дипломной работы состоит в том, что маркетологи все чаще стали использовать цифровой маркетинг для продвижения продуктов в целом и, в частности, мобильные приложения. Мобильные приложения как направление цифрового маркетинга были рассмотрены на примере белорусского приложения Discovermore, а именно реализации digital-проекта для крупной компании с использованием мобильного приложения. Эмпирическую основу дипломной работы составили внутренние данные digital-агентства getbob, данные систем веб-аналитики и аналитики работы мобильных приложений, а также практические наработки автора в области продвижения мобильных приложений. В ходе работы была проанализирована работа над приложением Discovermore, его функционирование и его продвижение, и вынесены рекомендации для улучшения дальнейшей деятельности. Рекомендации были изучены в digital-агентстве getbob и будут реализованы на практике, что подтверждается соответствующим документом.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, мобильные приложения, продвижение мобильных приложений, поисковая оптимизация, маркетинг в социальных сетях, интернет-реклама.

The Mobile Applications as the Direction of Digital-marketing: abstract of the graduate work / Katsiaryna Kazlouskaya; Faculty of Philosophy and Social Sciences; Department of Social Communication; supervisor: Olga V. Tereschenko

The object of this work is a mobile applications, the subject – the mobile applications as the direction of digital-marketing. The purpose of this work is to explore opportunities to promote the use of mobile applications such as digital marketing direction. The relevance of the thesis is that marketers are increasingly began to use digital marketing to promote products in general and mobile applications in particular. Mobile applications as the direction of digital marketing have been considered by the example of the belarusian application “Discovermore”, the creation of digital-project for a large company with a mobile application. The empirical basis of the thesis constituted internal data digital-agency “getbob”, information systems, web analytics and analysis of mobile applications, as well as practical experience of the author in the field of mobile applications promotion. In the course of the work has been analyzed on an application Discovermore, its functioning and its promotion. According to the results in recommendations to improve future activities. Recommendations have

been noted in digital-agency “getbob” and will be implemented in practice, as evidenced by the corresponding document.

Key words: digital-marketing, mobile applications, promotion of mobile applications, search engine optimization, social media marketing, internet advertising.